Sensibilisation pour le passage en collecte de proximité dans le cadre du LIFE IP SMART WASTE

CARTE D'IDENTITÉ DE L'ACTEUR ET SON TERRITOIRE

Communauté d'agglomération Terre de Provence
Chemin Notre Dame
BP1
http://www.terredeprovence-agglo.com/

VIGNE
Bernard
Provence-Alpes-Côte d'Azur
bernard.vigne@ademe.fr

Mots-clés: Espace privé MENAGE, RECYCLAGE DES DECHETS, GUIDE,, CAMPAGNE D'INFORMATION, EMBALLAGE,, ORDURES MENAGERES RESIDUELLES,

CONTEXTE

Description du contexte de l'action:

Le nouveau schéma de collecte implique de nombreuses modifications quant au comportement des habitants qui doivent adapter la manière dont ils jettent leurs déchets et trient. Afin de les accompagner dans ces importants changements du quotidien, il a été décidé le lancement d'une campagne de communication ambitieuse.

Cette opération a été cofinancée par l'Union Européenne dans le cadre du projet LIFE intégré SMART WASTE.

OBJECTIFS ET RÉSULTATS

Objectifs généraux:

Sensibiliser tous les habitants concernés par la collecte de proximité (environ 15 000 personnes)

Objectifs quantitatifs :

Résultats quantitatifs:

- 50 % de personnes sensibilisées, 50 % restants : distribution de guides dans les boîtes aux lettres
- Augmentation de 72% de déchets recyclables (fibreux et plastiques) et de 32% du verre collecté
- Réduction de 14% des ordures ménagères collectés

MISE EN OEUVRE

Description de l'action :

Elle se décline à travers plusieurs actions complémentaires :

- Le passage en porte à porte d'ambassadeurs de tri pour informer des changements et sensibiliser les habitants à la réduction des déchets, au tri et au compostage.
- La fourniture de sacs de pré-collecte aux habitants pour qu'ils puissent acheminer leurs déchets de chez eux jusqu'aux points d'apport volontaires.
- La distribution d'un livret pédagogique expliquant les modifications et conseils aux habitants.

Planning:

- 2017 : Délibération de la collectivité
- Fin 2017 : Recrutement
- 2018 : campagne communication

Année principale de réalisation:

2018

Moyens humains :

Responsable agence de communication + 4 ambassadeurs de tri

Moyens financiers :

64 070 € TTC

Partenaires moblisés :

Agence de communication

VALORISATION

Facteurs de réussite :

Fort portage politique nécessaire

Difficultés rencontrées :

Planning trop serré – absence des personnes à domicile

Recommandations éventuelles:

Prévoir un planning permettant la sensibilisation de l'ensemble des administrés avant la mise en place des colonnes

DÉCOUVRIR L'ACTEUR SUR SINOE ®

Découvrir

Dernière actualisation de la fiche : **octobre 2019**
Fiche action réalisée sur le site : www.optigede.ademe.fr
Les actions de cette fiche ont été établies sous la responsabilité de son auteur.